



Analisis Komunikasi Dakwah dalam Lingkungan Kerja untuk Membangun Karakter Islam Sejak Dini

Pitaloka^{1*}, Yumna Azkia², Adhi Kusuma³

¹⁻³Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Indonesia

Email: lokap340@gmail.com¹, yumnaazkia25@gmail.com², adhi.kusuma@uinbanten.ac.id³

Korespondensi penulis: lokap340@gmail.com*

Abstract. *Da'wah communication is a form of communication that aims to convey Islamic messages based on the Qur'an and Sunnah in order to form a strong Islamic character. In the context of the work environment, da'wah communication is not only a means of conveying religious values, but also a strategic instrument in building a highly ethical, professional, and spiritual work culture. The success of this da'wah communication is supported by the role of leadership, religious organizational culture, the availability of da'wah media, the active involvement of Muslim employees, and routine religious activities. The obstacles include lack of management support, dense work activities, low employee interest, and limited competence of da'wah actors. Effective strategies in da'wah communication in the work environment include persuasive and humanistic approaches, exemplary behavior (uswah hasanah), and active participation of all elements of the organization. With the implementation of proper da'wah communication, the work environment will not only become a place for professional activities, but also a space for ongoing Islamic character training.*

Keywords: *Da'wah communication, Islamic character, Work environment.*

Abstrak. Komunikasi dakwah merupakan salah satu bentuk komunikasi yang memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan keislaman berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah guna membentuk karakter Islami yang kokoh. Dalam konteks lingkungan kerja, komunikasi dakwah tidak hanya menjadi sarana penyampaian nilai agama saja, akan tetapi juga instrumen strategis dalam membangun budaya kerja yang sangat etis, profesional, dan spiritual. Keberhasilan komunikasi dakwah ini didukung oleh peran pimpinan, budaya organisasi yang religius, tersedianya media dakwah, keterlibatan aktif karyawan muslim, serta kegiatan keagamaan rutin. Adapun hambatannya meliputi kurangnya dukungan manajemen, padatnya aktivitas kerja, rendahnya minat karyawan, serta keterbatasan kompetensi pelaku dakwah. Strategi yang efektif dalam komunikasi dakwah di lingkungan kerja meliputi pendekatan persuasif dan humanis, keteladanan (uswah hasanah), serta partisipasi aktif seluruh elemen organisasi. Dengan pelaksanaan komunikasi dakwah yang tepat, lingkungan kerja tidak hanya menjadi tempat beraktivitas secara profesional, tetapi juga ruang pembinaan karakter Islami yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Komunikasi dakwah, Karakter Islam, Lingkungan kerja.

1. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan suatu kegiatan yang dimana seseorang telah menyampaikan pesannya dengan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan kemudian memberikannya suatu tanggapan kepada pengirim pesan. Komunikasi merupakan salah satu bagian fundamental yang ada di dalam kehidupan manusia, termasuk dalam hal penyampaian suatu nilai keagamaan. Dalam konteks Islam, komunikasi tidak hanya dipandang sebagai proses pertukaran informasi saja, akan tetapi juga sebagai sarana gujna menyampaikan kebenaran (al-haq), menebar kebaikan (ma'ruf), dan mencegah kemungkar (munkar).

Oleh karena itu, komunikasi dalam Islam memiliki dimensi dakwah yang sangat kuat, yang menuntut adanya etika, keikhlasan, dan tujuan yang jelas demi kebaikan umat. Dakwah, juga sebagai bentuk komunikasi Islam yang utama, dapat dilakukan dalam berbagai ruang dan

waktu, termasuk di lingkungan kerja. Lingkungan kerja sering kali dipandang sebagai tempat yang bersifat formal dan profesional, yang lebih berfokus pada produktivitas dan pencapaian target. Namun, realitasnya menunjukkan bahwa lingkungan kerja juga merupakan ruang interaksi sosial yang sangat strategis, di mana nilai serta budaya dapat tumbuh dan berkembang.

Komunikasi dakwah merupakan suatu komunikasi yang memiliki unsur yang sesuai dengan visi dan misi dakwah, bahwasannya komunikasi dakwah merupakan suatu bentuk yang khas, yang dimana seseorang komunikator dapat menyampaikan pesannya yang bersumber dengan ajaran Al-Qur'an dan sunnahnya dengan tujuan agar orang lain dapat berbuat amal sholeh yang sesuai dengan pesan yang telah di sampaikan.

Dalam konteks ini, komunikasi dakwah telah memiliki peran yang sangat penting untuk ditanamkan, karena dengan melalui komunikasi yang Islami, nilai luhur dapat disampaikan, ditanamkan, dan diamalkan oleh para karyawan. Salah satu nilai yang sangat penting ini memiliki tujuan guna dibangun dengan melalui komunikasi dakwah seperti karakter Islam, yang meliputi kejujuran, amanah, tanggung jawab, kerja keras, keadilan, dan kesabaran. Dengan membangun karakter Islam sejak dini bukan hanya tugas lembaga pendidikan formal atau keluarga saja, akan tetapi juga menjadi tanggung jawab kolektif, termasuk di lingkungan kerja.

Ketika tempat kerja telah mampu menjadi ladang dakwah, maka akan membentuk suatu karakter yang tidak dapat berhenti pada usia dini secara biologis saja, akan tetapi juga dini secara moral yakni sejak awal seseorang memasuki lingkungan kerja. Komunikasi dakwah yang dilakukan secara bijak dan strategis yang di lakukan di tempat kerja ini dapat mempengaruhi pola pikir, perilaku, serta etos kerja karyawan sehingga terbentuklah lingkungan kerja yang tidak hanya profesional, tetapi juga islami. Karakter Islam yang dibangun sejak dini dalam lingkungan kerja tidak hanya bermanfaat bagi individu saja, akan tetapi juga memberikan dampak positif bagi organisasi secara keseluruhan.

Karakter yang dilandasi ajaran Islam akan menciptakan iklim kerja yang sangat harmonis, kolaboratif, dan bermartabat. Karyawan yang memiliki karakter Islami cenderung lebih memiliki motivasi kerja yang sangat tinggi, menjunjung tinggi etika, serta menjadikan pekerjaannya sebagai bagian dari ibadah kepada Allah SWT. Dalam jangka panjang, hal ini memiliki tujuan guna meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang tidak hanya profesional, tetapi juga spiritual dan moral. Pentingnya pembentukan karakter Islam sejak dini di lingkungan kerja tidak terlepas dari realitas saat ini, di mana nilai moral dan etika sering kali mengalami degradasi akibat pengaruh materialisme, individualisme, dan tekanan kompetisi.

Dalam situasi seperti ini, dakwah di tempat kerja memiliki peran sebagai pencerah dan penguat, mengingatkan kembali esensi keberadaan manusia sebagai hamba Allah sekaligus sebagai khalifah di muka bumi. Dengan melalui komunikasi dakwah yang dilakukan secara terus-menerus dan berkesinambungan ini, lingkungan kerja dapat menjadi lahan subur untuk membina pribadi-pribadi yang tidak hanya unggul dalam kinerja, tetapi juga unggul dalam akhlak dan spiritualitas. Selain itu, pendekatan dakwah yang relevan dalam dunia kerja juga menuntut pemahaman terhadap karakteristik audiens, dinamika organisasi, serta kondisi sosial budaya yang melingkupinya.

Artinya, para pelaku dakwah di lingkungan kerja baik pimpinan, manajer, maupun sesama rekan kerja sangat perlu untuk mengedepankan strategi komunikasi yang efektif, empatik, dan bijaksana agar pesan Islam bisa dapat diterima tanpa menimbulkan resistensi. Dengan demikian, komunikasi dakwah tidak hanya menjadi suatu media transformasi nilai saja, akan tetapi juga sebagai alat rekonsiliasi, motivasi, dan penguatan identitas keislaman dalam keragaman lingkungan kerja modern.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif jenis penelitian deskriptif, yang dimana penelitian kualitatif merupakan salah satu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan instrumen kunci. Sedangkan, penelitian deskriptif ialah penelitian yang di maksudkan atau yang memiliki tujuan guna menyelidiki suatu kondisi, keadaan atau peristiwa lain, kemudian hasilnya di paparkan dalam bentuk laporan penelitian.

Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk memahami secara mendalam tentang proses komunikasi dakwah yang terjadi dalam lingkungan kerja dan bagaimana komunikasi tersebut dapat berkontribusi terhadap pembentukan karakter Islam sejak dini. Penelitian kualitatif lebih berfokus pada pemahaman terhadap makna, nilai, dan konteks sosial yang telah melatarbelakangi suatu fenomena, sehingga sangat relevan untuk mengkaji praktik komunikasi dakwah dalam interaksi sosial di tempat kerja. Metode kualitatif tidak berorientasi pada pengukuran angka atau statistik saja, akan tetapi lebih kepada interpretasi terhadap suatu realitas sosial berdasarkan perspektif subjek yang diteliti.

Dalam konteks ini, penelitian memiliki tujuan untuk menggali makna tentang komunikasi dakwah dari sudut pandang para pelakunya, baik itu pimpinan, karyawan senior, maupun sesama rekan kerja yang terlibat secara aktif dalam aktivitas dakwah, baik secara formal maupun informal. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami dinamika

komunikasi, strategi penyampaian dakwah, respon dari audiens dakwah, serta nilai-nilai karakter Islam yang muncul sebagai hasil dari proses komunikasi tersebut.

3. PEMBAHASAN

Faktor pendukung pelaksanaan komunikasi dakwah di lingkungan kerja

Komunikasi dakwah merupakan suatu proses guna menyampaikan suatu informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist dengan menggunakan suatu lambang baik secara verbal ataupun nonverbal yang memiliki tujuan guna mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik yang di lakukan secara langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.

Pelaksanaan komunikasi dakwah yang berada di lingkungan kerja ini tidak terlepas dari berbagai faktor yang menjadi penopang keberhasilan penyampaian pesan-pesan keislaman kepada para karyawan atau seluruh elemen organisasi. Komunikasi dakwah yang efektif ini akan memiliki dampak yang positif dan sangat ditentukan oleh adanya sinergi antara berbagai elemen yang sangat mendukung, baik secara struktural, kultural, maupun individual. Ada beberapa faktor pendukung utama dalam pelaksanaan komunikasi dakwah di lingkungan kerja, yakni :

1. Dukungan pimpinan atau manajemen

Salah satu faktor yang paling krusial dalam mendukung komunikasi dakwah di lingkungan kerja ini ialah adanya komitmen dan dukungan nyata dari pimpinan atau manajemen organisasi. Ketika pimpinan memiliki visi keislaman yang sangat kuat dan menempatkan nilai agama sebagai bagian dari budaya kerja, maka akan tercipta atmosfer yang kondusif bagi berlangsungnya dakwah. Dukungan ini dapat berupa kebijakan internal, penyediaan sarana dan prasarana dakwah, alokasi waktu untuk kegiatan keagamaan, dan keteladanan sikap pimpinan dalam menerapkan nilai-nilai Islam.

2. Budaya organisasi yang religius

Budaya organisasi yang ini telah terbentuk dengan nilai Islam menjadi faktor yang sangat penting dalam memfasilitasi dakwah. Budaya kerja Islami yang tercermin dari etos kerja, kesopanan, disiplin, dan solidaritas antarpegawai akan menciptakan ruang sosial yang ramah terhadap pesan-pesan dakwah. Ketika nilai Islam sudah menjadi kebiasaan dan tradisi di lingkungan kerja, komunikasi dakwah akan lebih mudah diterima tanpa adanya resistensi, bahkan dianggap sebagai bagian dari rutinitas dan kebutuhan spiritual karyawan.

3. Adanya media atau sarana dakwah

Faktor teknis seperti tersedianya media dan sarana komunikasi juga sangat membantu dalam menyampaikan dakwah secara efektif. Misalnya, dengan adanya grup media sosial internal yang dapat digunakan untuk membagikan konten dakwah, buletin keislaman, papan informasi, musholla kantor, hingga penyediaan waktu khusus untuk kajian keagamaan. Teknologi digital seperti email, aplikasi chat, dan video pendek juga bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah yang efisien dan relevan dengan gaya komunikasi modern.

4. Keterlibatan aktif pegawai muslim

Karyawan yang memiliki kesadaran dan semangat dakwah ini sering kali menjadi motor penggerak dalam menyampaikan pesan-pesan Islam kepada rekan kerja. Peran individu ini sangat penting karena mereka biasanya berada dalam interaksi langsung yang dilakukan setiap hari dengan rekan kerja, dan dapat menyampaikan nilai Islam dengan melalui keteladanan (uswah hasanah) dan komunikasi interpersonal yang santun. Keterlibatan aktif mereka, baik secara formal sebagai pengurus kegiatan keagamaan atau informal melalui pergaulan positif, memberi pengaruh kuat terhadap keberhasilan dakwah.

5. Adanya kegiatan keagamaan rutin

Penyelenggaraan kegiatan keagamaan yang dilakukan secara rutin seperti pengajian mingguan, kajian tematik, shalat berjamaah, dan peringatan hari besar Islam (PHBI) menjadi sarana penting dalam menyampaikan dakwah secara konsisten. Kegiatan ini tidak hanya menjadi media guna penyampaian pesan agama saja, akan tetapi juga memiliki tujuan guna mempererat hubungan sosial antarpegawai, membangun solidaritas, serta menjadi ajang untuk menanamkan nilai-nilai karakter Islam.

Secara keseluruhan, bahwa keberhasilan komunikasi dakwah yang berada di lingkungan kerja sangat dipengaruhi oleh sinergi antara faktor struktural (dukungan manajemen), kultural (budaya organisasi Islami), teknis (media dakwah), dan personal (inisiatif individu). Dengan adanya faktor-faktor pendukung ini, maka pesan dakwah tidak hanya menjadi sebuah informasi normatif saja, akan tetapi juga membentuk kesadaran kolektif yang mendorong terwujudnya karakter Islam yang kuat sejak dini di dalam dunia kerja.

Faktor penghambat dalam pelaksanaan komunikasi dakwah di lingkungan kerja

Meskipun komunikasi dakwah memiliki potensi yang sangat besar dalam membentuk karakter Islam di lingkungan kerja, namun pelaksanaannya tidak selalu berjalan mulus. Ada beberapa tantangan dan hambatan dapat muncul dari aspek internal maupun eksternal, baik yang memiliki sifat struktural, kultural, maupun personal. Hambatan ini dapat memengaruhi efektivitas dalam penyampaian pesan dakwah dan memperlambat proses internalisasi nilai-

nilai Islam dalam kehidupan kerja sehari-hari. Ada beberapa faktor dari penghambat utama dalam pelaksanaan komunikasi dakwah di lingkungan kerja, yakni :

1. Kurangnya dukungan dari pimpinan atau manajemen

Salah satu hambatan terbesar dalam pelaksanaan dakwah yang berada di tempat kerja ialah karena tidak adanya dukungan atau perhatian dari pihak manajemen atau pimpinan. Ketika pimpinan tidak memiliki visi keagamaan yang sangat kuat, atau menganggap kegiatan keagamaan bukan bagian yang sangat penting dari organisasi, maka komunikasi dakwah akan kehilangan legitimasi dan ruang gerak. Tanpa dukungan struktural ini, sulit bagi pelaku dakwah untuk menginisiasi atau menjalankan kegiatan secara konsisten, baik dalam bentuk kajian, pesan moral, maupun pembinaan karakter.

2. Minimnya waktu dan padatnya aktivitas kerja

Lingkungan kerja sering kali diwarnai oleh jadwal kerja yang sangat padat, target produksi, dan tekanan deadline, sehingga karyawan merasa tidak memiliki cukup waktu untuk mengikuti atau bahkan memikirkan kegiatan dakwah. Dalam situasi ini, dakwah telah dianggap sebagai aktivitas tambahan yang mengganggu ritme kerja, bukan sebagai bagian dari pembinaan spiritual. Kesibukan yang sangat tinggi juga dapat menyebabkan sulitnya untuk menyelenggarakan kegiatan keagamaan secara rutin, dan membuat komunikasi dakwah menjadi tidak prioritas.

3. Kurangnya kesadaran dan minat dari karyawan

Tidak semua individu dalam lingkungan kerja memiliki kesadaran keagamaan yang sama. Ada sebagian karyawan yang apatis terhadap suatu nilai dari agama, atau bahkan menganggap kegiatan dakwah sebagai bentuk indoktrinasi yang tidak relevan dengan di dunia kerja. Sikap seperti ini menjadi suatu penghambat komunikasi dakwah karena pesan yang disampaikan tidak mendapatkan perhatian atau penerimaan yang positif. Rendahnya minat untuk mengikuti kegiatan dakwah juga dapat disebabkan oleh kurangnya pemahaman, pengalaman keagamaan yang negatif, atau pengaruh gaya hidup sekuler.

4. Kurangnya tenaga dakwah yang kompeten

Komunikasi dakwah yang efektif dapat membutuhkan pelaku dakwah yang memiliki pengetahuan, keterampilan komunikasi, dan kecakapan sosial yang baik. Namun di banyak lingkungan kerja, tidak tersedia tenaga dakwah yang mumpuni. Mereka yang mencoba berdakwah ini sering kali belum memahami metode komunikasi yang sangat tepat, kurang peka terhadap kondisi psikologis audiens, atau menyampaikan pesan secara kaku dan normatif. Akibatnya, pesan dakwah ini tidak dapat menyentuh hati dan justru menimbulkan jarak dengan audiens.

Pelaksanaan komunikasi dakwah yang berada di lingkungan kerja ini telah menghadapi berbagai hambatan yang berasal dari aspek struktural, psikologis, sosial, dan teknis. Ada beberapa faktor penghambat yang di terimanya seperti kurangnya dukungan manajemen, padatnya aktivitas kerja, rendahnya minat karyawan, serta metode dakwah yang kurang tepat menjadi tantangan nyata yang harus diatasi. Oleh karena itu, sangat di perlukan dalam pendekatan yang bijak, adaptif, dan strategis agar komunikasi dakwah ini bisa dapat berjalan efektif dan berdampak dalam membangun karakter Islam yang kokoh sejak dini.

Bentuk dan strategi dari komunikasi dakwah yang diterapkan di lingkungan kerja

Komunikasi dakwah yang berada di lingkungan kerja merupakan upaya sistematis untuk menyampaikan nilai Islam dengan melalui interaksi sosial yang terjadi dalam ruang profesional. Tujuannya ialah untuk membentuk karakter Islami pada individu, memperkuat etos kerja yang berlandaskan akhlak, dan menciptakan budaya kerja yang berintegritas serta penuh keberkahan. Untuk mencapai tujuan tersebut, dakwah di lingkungan kerja harus dilakukan dengan pendekatan yang adaptif dan relevan dengan dinamika dunia kerja. Oleh karena itu, penting untuk memahami bentuk dan strategi komunikasi dakwah yang dapat diterapkan secara efektif.

Bentuk komunikasi dakwah di lingkungan kerja

Komunikasi dakwah ini dapat diterapkan dalam berbagai bentuk yang telah disesuaikan dengan karakteristik organisasi, budaya kerja, serta profil karyawan. Ada beberapa bentuk dari komunikasi dakwah yang biasa diterapkan di lingkungan kerja antara lain :

1. Komunikasi dakwah Verbal Langsung (Lisan)

Bentuk ini dilakukan dengan melalui interaksi langsung seperti ceramah, tausiyah, nasihat, diskusi agama, atau pengajian. Biasanya dilakukan dalam acara formal seperti adanya kajian rutin mingguan di musholla kantor, dan melakukan tausiyah menjelang waktu shalat berjamaah. Bentuk ini telah memungkinkan adanya interaksi yang di lakukan dua arah dan respons emosional yang lebih kuat, serta menciptakan hubungan spiritual yang erat antara komunikator (penceramah) dan komunikan (karyawan).

2. Komunikasi dakwah nonverbal atau teladan (Uswah Hasanah)

Dakwah tidak selalu dapat dilakukan dengan kata-kata saja. Di lingkungan kerja, dakwah dengan tindakan dan keteladanan akhlak sering kali lebih efektif. Seorang pemimpin atau karyawan yang jujur, disiplin, sopan, amanah, dan bekerja keras akan menjadi representasi nilai-nilai Islam secara nyata. Bentuk ini sering disebut sebagai dakwah bil hal, yang artinya dakwah melalui perilaku.

Strategi komunikasi dakwah di lingkungan kerja

Strategi dalam komunikasi merupakan salah satu cara untuk dapat mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar dapat dilakukan secara berhasil. Strategi komunikasi pada hakikatnya merupakan suatu perencanaan (planning) dan manajemen (magement) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik oprasionalnya. Agar pelaksanaan dakwah di lingkungan kerja dapat dilakukan secara berhasil, maka perlu diterapkan strategi komunikasi yang tepat, antara lain :

1. Strategi persuasif dan humanis

Strategi ini dapat dilakukan dengan cara menyentuh hati dan logika karyawan, bukan dengan pendekatan seperti menghakimi atau memaksa. Bahasa yang dapat digunakan lembut, ramah, dan dapat menyentuh kebutuhan spiritual atau emosional pada setiap individu. Tujuannya ialah agar pesan dakwah bisa dapat diterima secara sukarela dan menginspirasi perubahan perilaku.

2. Strategi keteladanan (Uswah Hasanah)

Seperti telah disebutkan sebelumnya, bahwa keteladanan merupakan salah satu strategi yang paling kuat dalam dunia kerja. Ketika pimpinan atau tokoh di tempat kerja mampu menunjukkan akhlak Islami dalam tindakan sehari-hari, hal ini akan memberi pengaruh yang sangat besar terhadap bawahannya. Strategi ini tidak membutuhkan banyak kata, tetapi sangat efektif dalam jangka panjang.

3. Strategi partisipatif dan inklusif

Karyawan perlu diajak terlibat langsung dalam kegiatan dakwah agar mereka merasa memiliki dan tidak dapat terasingi. Dengan melibatkan mereka dalam perencanaan kegiatan keagamaan, menjadi panitia acara, atau menjadi narasumber dalam kajian kecil ini dapat menumbuhkan rasa tanggung jawab yang spiritual kolektif. Strategi ini juga dapat memperkuat ukhuwah Islamiyah di tempat kerja.

Bentuk dan strategi dari komunikasi dakwah di lingkungan kerja ini harus dirancang secara dinamis, adaptif, dan sesuai dengan budaya organisasi. Kombinasi antara pendekatan verbal, keteladanan, media digital, serta kegiatan struktural dapat memperkuat penyampaian nilai-nilai Islam secara menyeluruh. Dengan strategi yang persuasif, kontekstual, dan melibatkan semua pihak, maka komunikasi dakwah akan berfungsi sebagai alat transformasi karakter dan budaya kerja menuju nilai-nilai Islam yang rahmatan lil 'alamin.

4. KESIMPULAN

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, termasuk dalam konteks keagamaan seperti dakwah Islam. Dalam Islam, komunikasi tidak hanya dilihat sebagai proses pertukaran informasi, namun juga sebagai sarana untuk menyampaikan kebenaran (al-haq), mengajak kepada kebaikan (ma'ruf), dan mencegah kemungkaran (munkar). Oleh karena itu, komunikasi dakwah memegang peran sentral dalam pembentukan karakter Islami, termasuk dalam ruang lingkup yang mungkin belum banyak mendapat perhatian, seperti di lingkungan kerja.

Lingkungan kerja pada dasarnya merupakan suatu ruang sosial yang tidak hanya berfungsi secara profesional dan produktif saja, akan tetapi juga menjadi tempat yang strategis dalam membentuk nilai dan budaya, termasuk nilai dari keislaman. Komunikasi dakwah yang diterapkan secara konsisten dan bijaksana di lingkungan kerja juga memiliki potensi besar dalam menanamkan nilai dari agama Islam sejak dini, seperti kejujuran, tanggung jawab, kerja keras, amanah, keadilan, dan kesabaran. Nilai-nilai tersebut tidak hanya membentuk karakter individu yang religius, tetapi juga mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusia secara profesional dan spiritual.

Dari segi faktor pendukung, keberhasilan dakwah ini sangat dipengaruhi oleh dukungan pimpinan atau manajemen, budaya organisasi yang sangat religius, dan juga tersedianya media atau sarana bagi dakwah, keterlibatan aktif pegawai muslim, serta adanya kegiatan keagamaan yang di lakukan secara rutin. Adanya faktor ini memiliki tujuan guna membentuk ekosistem yang dapat memungkinkan dakwah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari budaya kerja itu sendiri. Namun demikian, pelaksanaan komunikasi dakwah yang berada di lingkungan kerja juga dapat menghadapi berbagai tantangan yang signifikan.

Ada beberapa hambatan yang diidentifikasi antara lain ialah kurangnya dukungan dari pimpinan, minimnya waktu karena padatnya aktivitas kerja, rendahnya kesadaran atau minat sebagian karyawan terhadap kegiatan keagamaan, serta terbatasnya tenaga dakwah yang memiliki kompetensi dalam penyampaian pesan. Hambatan ini dapat menunjukkan perlunya strategi dakwah yang lebih adaptif dan komunikatif agar pesan-pesan keislaman tetap dapat tersampaikan dengan baik.

Dalam hal bentuk komunikasi dakwah, dakwah juga dapat dilakukan dengan melalui komunikasi verbal langsung seperti ceramah, diskusi, dan pengajian, serta melalui komunikasi nonverbal berupa keteladanan atau dakwah bil hal. Strategi yang digunakan juga harus bersifat persuasif, humanis, serta mampu untuk menyentuh aspek emosional dan spiritual bagi para karyawan. Keteladanan tokoh yang berada di lingkungan kerja, strategi partisipatif yang

melibatkan seluruh komponen organisasi, serta pemanfaatan media digital menjadi pendekatan yang sangat efektif untuk memastikan bahwa dakwah berjalan secara menyeluruh dan berkesinambungan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi dakwah yang berada di lingkungan kerja ini merupakan bentuk nyata dari integrasi antara kehidupan profesional dan spiritual. Ketika komunikasi dakwah dilakukan secara strategis, inklusif, dan empatik, maka ia akan mampu menciptakan lingkungan kerja yang tidak hanya profesional dan produktif, tetapi juga sarat dengan nilai-nilai Islam yang membawa keberkahan. Oleh karena itu, komunikasi dakwah yang efektif di tempat kerja sangat berpotensi menjadi instrumen transformasi budaya organisasi menuju masyarakat yang berkarakter Islami dan berakhlak mulia sejak dini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. Z. (n.d.). *Manajemen komunikasi: Filosofi, konsep, dan aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Alwi, Z. (2020). *Komunikasi Islam: Teori dan praktik dalam dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asmuni, A. (2019). Strategi komunikasi dakwah di lingkungan kerja: Studi kasus pada perusahaan manufaktur. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(2), 145–160. <https://doi.org/10.15642/jki.2019.9.2.145-160>
- Burhanuddin, B. (2018). Pembentukan karakter melalui dakwah bil hal di tempat kerja. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 12(1), 67–82.
- Hardjana, A. M. (2016). *Ilmu komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hasan, A. (2017). *Etika dan komunikasi dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Lubis, M. (2021). Komunikasi interpersonal dalam membangun budaya kerja Islami. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah*, 13(2), 110–124.
- Nurdin, A. (2022). Peran komunikasi dakwah dalam penguatan karakter pekerja muslim. *Jurnal Studi Dakwah*, 7(1), 22–35.
- Qomaruddin, M. (2020). *Dakwah di era milenial: Strategi dan tantangan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi komunikasi* (Edisi revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syamsuddin, M. (2016). Pendidikan karakter dalam perspektif Islam: Teori dan aplikasi. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 4(2), 101–113.

Tasmara, T. (1987). *Komunikasi dakwah* (pp. 8–10). Jakarta: Gaya Media Pratama.

Zuhdi, H. (2019). Komunikasi efektif dalam dakwah di ruang kerja profesional. *Jurnal Komunikasi Profetik*, 10(1), 55–70.